



La deissi sociale e la comunicazione su Facebook

Kamila Miłkowska-Samul¹

Ricevuto: 12 settembre 2017 / Modificato: 10 luglio 2018 / Accettato: 6 settembre 2018

Riassunto. Con questo articolo si vuole esplorare il dominio della categoria grammaticale di persona nella lingua italiana, prendendo in considerazione la deissi sociale nella comunicazione che avviene tramite Facebook. La deissi sociale, intesa come i modi in cui una lingua codifica e grammaticalizza i tratti del contesto situazionale, i ruoli sociali dei partecipanti all'atto comunicativo e i loro rapporti reciproci (Levinson 1993: 83) viene esaminata tramite un'attenta analisi di vari fenomeni linguistici che la esprimono: pronomi personali, pronomi e aggettivi possessivi, forme verbali, titoli onorifici, diminutivi, ecc. Per i fini di questa ricerca come fonte del materiale d'analisi è stato scelto Facebook per motivo della sua diffusione nella società italiana, il che consente un esame assai ampio, considerata l'eterogeneità degli utenti di Facebook sotto l'aspetto dell'età, del sesso, dell'istruzione e dello strato sociale di appartenenza. Si sono analizzati 155 commenti pubblicati sotto i post sui profili di tre importanti personaggi pubblici: Sergio Mattarella, Matteo Renzi e Roberto Saviano. Siamo convinti che le modalità di comunicazione offerte da Facebook fanno sì che ci si manifesti la lingua comune, colloquiale in maniera libera, perciò si possono osservare delle realizzazioni naturali e spontanee della deissi sociale. Crediamo che la loro decodifica possa permettere di evidenziare i mutamenti a cui sono sottoposte le regole di cortesia linguistica nella comunicazione di oggi. I fenomeni relativi alla sempre maggiore informalità, al mancato rispetto delle norme di *savoir vivre* sono provocati, o almeno rafforzati, tra l'altro, dall'avvento dei nuovi mezzi di comunicazione come Facebook, ma illustrano anche le tendenze già presenti nell'italiano contemporaneo.

Parole chiave: comunicazione mediata dal computer; *social network*; deissi sociale; cortesia, Facebook.

[en] Social deixis and communication on Facebook

Abstract. The aim of this paper is to explore the grammatical category of person in Italian, taking into consideration social deixis in the communication that takes place through Facebook. Social deixis is understood here as various means by which information of social nature is coded and grammaticalized in a language. Such information concerns the situational context of the communication, social roles of its participants and their reciprocal relations (cfr. Levinson 1993: 83). The analysis focuses on phenomena that are related to social deixis such as personal pronouns, possessive pronouns and adjectives, verb forms, honorific titles, diminutives. Facebook has been chosen as a source of authentic material due to its expansion in Italian society, which allows a fairly detailed exam if heterogeneity of Facebook users is considered (in terms of age, sex, level of education, social group). Precisely, the paper takes into consideration 155 comments published to the profiles of three important Italian public figures: Sergio Mattarella, Matteo Renzi and Roberto Saviano.

Means of communication offered by Facebook facilitate production of everyday, colloquial language, which permits insight into natural and spontaneous realizations of social deixis.

Their decoding helps to highlight the changes that affect the rules of politeness in today's communication.

¹ Uniwersytet SWPS, SWPS University of Social Sciences and Humanities, ul. Chodakowska 19/31, 03-815 Warszawa.

kmilkowska-samul@swps.edu.pl

The phenomena of growing informality or infringement of good manners are caused, or at least reinforced, by the arrival of new means of communication such as Facebook, but they simply illustrate a certain tendency, already present in contemporary Italian. Their decodification helps to highlight the changes that affect the rules of politeness in today's communication. The phenomena of growing informality or infringement of good manners are caused, or at least reinforced, by the arrival of new means of communication such as Facebook, but they simply illustrate a certain tendency, already present in contemporary Italian.

Keywords: computer mediated communication; social network; social deixis; politeness; Facebook.

Sommario: 1. Introduzione 2. Deissi sociale 2.1. Esponenti linguistici della deissi sociale 2.2. Deissi sociale e cortesia 3. Comunicazione su Facebook 4. Deissi sociale negli scambi su Facebook: dati e discussione 5. Conclusioni.

Come citare: Milkowska-Samul, Kamila (2018): «La deissi sociale e la comunicazione su Facebook», *Cuadernos de Filología Italiana*, 25, pp. 101-112.

1. Introduzione

Questo contributo si propone l'obiettivo di esplorare alcuni fenomeni relativi alla deissi, analizzandola dal punto di vista di una delle varietà dell'italiano contemporaneo, ovvero del linguaggio usato nei *social media* e più precisamente negli scambi su Facebook. Ci si concentrerà sulle forme deittiche riguardanti la persona con lo scopo di valutarne la dimensione sociale: si è convinti che le categorie grammaticali siano in grado di veicolare numerose informazioni di carattere sociolinguistico e che la loro decodifica possa permettere di evidenziare la trasformazione delle regole della cortesia linguistica, provocata, o almeno rafforzata, tra l'altro dall'avvento dei nuovi mezzi di comunicazione come Facebook.

Per i fini di questa ricerca è stato preso in considerazione un corpus, descritto più in dettaglio in seguito, composto di 155 commenti pubblicati sotto i *post* sui profili di tre personaggi pubblici: Sergio Mattarella, Matteo Renzi e Roberto Saviano. La scelta di queste figure importanti della vita politica e culturale italiana permette di osservare varie manifestazioni della deissi sociale nei rapporti asimmetrici dal punto di vista della funzione sociale e del prestigio, e in particolare un'oscillazione della norma che la riguarda nel contesto digitale.

2. Deissi sociale

Risalendo all'etimologia greca del termine *deixis* che ha tra l'altro il significato di dimostrazione (Sosnowski 2010: 11, Sifianou 1999: 56), si può comprendere la natura particolare di forme deittiche, che precisano gli elementi cruciali dell'atto comunicativo, ma sono prive di un contenuto astratto e dipendono interamente dal contesto. Secondo la definizione di Levinson (1993: 83):

la deissi riguarda i modi in cui le lingue codificano e grammaticalizzano i tratti del *contesto di enunciazione* e dell'*evento comunicativo*; di conseguenza, interessa anche le modalità secondo le quali l'interpretazione dell'enunciato dipende dall'analisi del contesto di enunciazione.

Nell'approccio più tradizionale alla deissi, riscontrabile ormai nel volume *Sprachtheorie* di Bühler (1934), se ne distinguono tre tipi fondamentali: la deissi personale, che riguarda le persone che partecipano all'atto comunicativo (soprattutto l'io parlante e l'interlocutore), la deissi spaziale che fa riferimento al luogo in cui si trova il locutore e quella temporale che si riferisce al momento dell'enunciazione. A questa tipologia va aggiunta un'altra categoria della deissi o una sua sottocategoria, se la consideriamo una realizzazione particolare della deissi personale, ovvero quella sociale, che codifica le relazioni sociali tra i partecipanti alla comunicazione e le loro identità sociali (Levinson 1993: 124-133; Siewierska 2004: 214-245). La scelta del modo in cui ci rivolgiamo all'interlocutore possiede quindi una valenza sociale in quanto alcuni elementi della struttura linguistica hanno il potere di indicare e, addirittura, di stabilire o di rinforzare le differenze e le somiglianze tra i partecipanti all'atto comunicativo percepite in termini di ruoli sociali, status, tipo di relazione che li collega.

L'uso delle forme attraverso le quali si manifesta la deissi sociale è dunque l'oggetto di studio della pragmatica nel senso più pieno del termine, visto che richiede, oltre alla padronanza delle regole morfo-sintattiche, la conoscenza delle norme che governano gli scambi in generale nonché delle relazioni sociali tra i parlanti in una data situazione comunicativa che condizionano le scelte linguistiche a seconda del codice culturale di una determinata comunità e le sue norme di cortesia.

In uno dei più significativi studi sulla valenza sociale legata ai pronomi allocutivi, Brown e Gilman (1960) constatano che le differenze di status sociale tra i parlanti si esprimono nella lingua tramite la dicotomia potere-solidarietà. Nel contesto italiano, i rapporti di potere e di solidarietà tra gli interlocutori vengono segnalati attraverso la scelta di una delle due forme per rivolgersi al destinatario: tu o Lei. I contatti nell'ambito della semantica di solidarietà (Brown / Gilman 1960: 257) si caratterizzano per la reciprocità tra gli interlocutori e le forme usate sono speculari; nel caso della semantica del potere, invece, manca la reciprocità e i rapporti tra i partecipanti alla comunicazione sono asimmetrici: ad esempio, il sottoposto usa Lei rivolgendosi a chi possiede il potere che invece usa tu nei suoi confronti. Brown e Gilman notano, comunque, che la dimensione di solidarietà può essere applicata anche alle relazioni di potere: i superiori possono risultare più o meno solidali (come, per esempio, i genitori e i funzionari statali). Tenendosi conto della problematicità della soluzione di Brown e Gilman che estende la solidarietà anche ai rapporti di potere, Molinelli (2002) aggiunge altri parametri a questo approccio alla deissi sociale codificata nei pronomi personali allocutivi, ovvero il rispetto e la distanza. Riteniamo utili le quattro dimensioni individuate da Molinelli (potere, solidarietà, distanza, rispetto) per valutare l'appropriatezza delle forme deittiche prese in esame in questo lavoro e per interpretare i mutamenti nella comunicazione pubblica contemporanea.

2.1. Esponenti linguistici della deissi sociale

La lingua italiana dispone di vari mezzi per codificare e grammaticalizzare i rapporti sociali e in questa sede elenchiamo quelli più frequenti.

Tra i principali esponenti della deissi sociale bisogna indicare soprattutto i pronomi personali, considerati da Uspenskij (2008: 112) «parole deittiche allo stato puro». La deissi sociale si manifesta in modo più chiaro attraverso la scelta del pronome allocutivo *tu* oppure *Lei* per rivolgersi all'interlocutore: in questa maniera si realizza la valutazione sociale dell'interlocutore e la valutazione del grado di formalità della situazione.

La scelta dei pronomi allocutivi, pur più evidente, è coerente con un intero sistema di forme che codificano i rapporti sociali tra il locutore e l'interlocutore (Molinelli 2002: 284), soprattutto si intende qui le forme finite dei verbi con determinati valori di persona grammaticale (Uspenskij 2008) nonché i pronomi e gli aggettivi possessivi corrispondenti.

Tuttavia, la categoria della persona grammaticale con le sue realizzazioni concrete non esaurisce il repertorio di forme in grado di veicolare informazioni sui partecipanti alla conversazione e sul rapporto tra di loro. Bisogna menzionare tra l'altro anche l'uso di formule frasali specifiche (ad esempio, i convenevoli), il ricorso alle strutture adeguate al registro prescelto o, al livello lessicale, a varie forme allocutive. Elenchiamo alcuni mezzi tipici per la deissi sociale (Siewierska 2004: 215; Scaglia 2003: 117-130):

- termini di parentela (*mamma, nonnina*),
- titoli accademici o professionali (*dottore, direttore, presidente, ambasciatore*),
- il nome o il cognome, il titolo più generico *signor / signora* accompagnato dal cognome, dal nome di battesimo o da entrambi, i soprannomi,
- diminutivi, eufemismi e disfemismi,
- formule di saluto (*ciao, salve, arrivederci*)²
- comportamenti non-verbali come contatti corporei: un abbraccio, un bacio, una stretta di mano o una pacca sulla spalla; come constatano Buccioni, Palma e Venturi (2012: 73-74): «Altri contatti individuali, quali la pacca sulla spalla, appoggiare un braccio sulle spalle di un altro, sono messaggi unidirezionali, e solitamente è la persona dominante ad essere autorizzata a toccare l'altro con maggiore frequenza».

2.2. Deissi sociale e cortesia

I fenomeni della deissi sociale coincidono con il raggio d'azione della cortesia: essa comprende, ovviamente, un'ampia gamma di strumenti linguistici e non solo, ma la manipolazione della deissi da parte dei parlanti al fine di ottenere effetti di cortesia è un suo importante aspetto (Scaglia 2003: 109). Si può affermare dunque che il comportamento cortese richiede una certa competenza nell'uso degli esponenti della deissi sociale. Inoltre, le forme linguistiche relative ad essa sono governate da un sistema di norme della cortesia vigenti in un dato contesto storicoculturale (Giovannardi 2010: 17), che prevede una serie di soluzioni appropriate a seconda del grado di formalità della situazione o del tipo di rapporto tra il mittente e il destinatario.

In italiano – attualmente – è comunemente accettato un sistema bipartito, dove nella sfera pubblica è previsto l'uso del *Lei* (la cosiddetta forma di cortesia) legato a differenze di potere e/o di distanza (Molinelli 2002), mentre per i contatti familiari, caratterizzati dalla parità e dall'intimità, si usa la forma *tu*.

Va notato che esiste ancora la forma di cortesia *Voi* per rivolgersi a un unico interlocutore, tuttavia oggi costituisce un uso fortemente marcato sul piano diacronico e sul piano diatopico (Belardinelli 2007: 13-14).

² Esse, come dimostra Molinelli (2002: 292) con l'esempio di *salve* che dall'uso strettamente informale è passato nel caso delle generazioni più giovani agli usi considerati neutri (per esempio, tra lo studente e il professore), dimostrano perfettamente la variabilità dei fenomeni di cortesia in prospettiva diacronica.

3. Comunicazione su Facebook

Facebook, il *social network* per eccellenza, ha rivoluzionato il modo in cui utilizziamo Internet e interagiamo con gli amici e anche con gli sconosciuti. È stato deliberatamente scelto come fonte del materiale d'analisi sia per la sua enorme diffusione che per l'eterogeneità degli utenti sotto l'aspetto dell'età, del sesso, dell'istruzione e dello strato sociale di appartenenza.

La comunicazione su Facebook condivide i tratti comunemente attribuiti alla comunicazione mediata dal computer in generale (Crystal 2001; Grzenia 2007; Pistolesi 2004; Prada 2003; Tivosanis 2011). Per motivi di spazio ci limitiamo ad indicare i più spiccati tratti di questa specifica varietà trasmessa, che possono incidere sui modi in cui si manifesta la deissi sociale.

Soprattutto, il canale di trasmissione determina le modalità del contatto, di conseguenza si ha una situazione peculiare che si caratterizza per l'assenza fisica dell'interlocutore. Inoltre, la comunicazione che si svolge tramite Facebook può essere sia asincrona sia (quasi) sincrona grazie ai servizi di messaggistica privata (Herring 2001: 615) e riguardare un destinatario singolo o più interlocutori, talvolta sconosciuti, in quanto questo *social network* offre agli utenti diversi tipi di profili (profili personali, pagine *fan* di imprese, organizzazioni, prodotti, personaggi pubblici) e rende possibili scambi multidirezionali sia privati che pubblici.

L'identità degli iscritti su Facebook non è anonima (anche se non si possono escludere casi di identità false o mascherate) e i messaggi possono essere riletti, copiati, ricercati, ciononostante sembra che il fatto che si tratti di una comunicazione mediata la renda più libera, disinibita, a volte addirittura esibizionistica. Senza dubbio, come afferma Wallace (2004: 86), si tratta di una comunicazione più rapida e perciò meno rigida, decentralizzata e più spontanea. Per la mancanza del contatto faccia a faccia non è possibile una valutazione immediata dello status dell'interlocutore, il che favorisce una certa democraticità nei contatti tra gli internauti che assumono una struttura più orizzontale, meno gerarchica, secondo la *reduced social cues theory*, «la carenza di indicatori sociali (e personali) dovuta alla mediazione del computer fa sì che gli utenti provino meno inibizioni nell'esprimere le proprie opinioni» (Ghenò 2012: 363).

Tutti i tratti menzionati finora contribuiscono al mutamento non solo dei rapporti instaurati e perpetuati su Facebook, ma anche delle forme linguistiche che illustrano e codificano questi rapporti. Indubbiamente, assistiamo all'emergersi di un nuovo standard comunicativo: le caratteristiche particolari del *medium*, come innanzitutto la velocità di trasmissione dei messaggi e la dialogicità, rendono la produzione su Facebook meno pianificata e fortemente informale. La lingua usata costituisce un «frutto di ibridazione tra oralità e scrittura» (Fiorentino 2013: 11-12) che combina diverse varietà e registri della lingua in un singolo comunicato. La prevalenza del registro informale che si nota nelle interazioni interpersonali mediate dal computer è riscontrabile al livello della deissi sociale, ovvero delle forme che esprimono l'identità sociale dei partecipanti allo scambio comunicativo.

Si è dell'opinione che i fenomeni di questo tipo risentano soprattutto della specificità dell'atto comunicativo che avviene tramite Facebook e si suppone che sia proprio questo canale telematico con la mediazione che gli è inerente a favorire le forme usate.

Gli scambi su Facebook, dunque, devono per forza rapportarsi fino a un certo punto alle norme generali di cortesia, ma, nel contempo, alle esigenze del mezzo

comunicativo, intese sia come i suoi limiti (per esempio: spaziali), sia le condizioni d'uso definite da Facebook. Occorre accennare qui a un altro aspetto normativo, presente nella comunicazione nella Rete, ma di status piuttosto vago, ovvero la netichetta (dall'ing. *net etiquette*, 'il galateo della Rete'). Con questo termine si cerca di comprendere vari sforzi da parte degli utenti stessi oppure degli amministratori o dei titolari dei siti web, messi in atto con lo scopo di introdurre un codice etico di Internet e formulare le regole del *savoir vivre* della Rete, che possano prevenire comportamenti scorretti dal punto di vista della cortesia, ma soprattutto di quello legale. Nonostante esistano in Internet vari documenti di questo tipo, di portata più o meno limitata, non è possibile indicare una codificazione universale di queste norme né un'istituzione in grado di imporle (Juza 2015), perciò ogni servizio di notevoli dimensioni come Facebook elabora un proprio regolamento d'utilizzo.

4. Deissi sociale negli scambi su Facebook: dati e discussione

La presente ricerca si è basata su un corpus di 155 commenti pubblicati su Facebook nel periodo tra il gennaio e il marzo del 2015 sui profili pubblici di tre personaggi prominenti della vita politica e culturale italiana: Sergio Mattarella, Matteo Renzi, Roberto Saviano.

Tale costituzione del corpus, che tralascia scambi tra pari dal punto di vista socio-linguistico e privilegia quelli asimmetrici, è premeditata, in quanto si ritiene che nella comunicazione asimmetrica si manifesterà in maniera più evidente l'impatto del medium sulla deissi sociale e sui suoi esponenti linguistici.

Il ruolo sociale, la funzione politica (come nel caso del Presidente della Repubblica o del Consiglio) oppure la celebrità dell'interlocutore (come nel caso dello scrittore) implicano uno status superiore di un partecipante alla comunicazione; inoltre, si tratta di un rapporto fra persone privo di confidenza, il che dovrebbe comportare automaticamente un certo grado di formalità e l'uso delle forme di cortesia. Esaminando, invece, i modi in cui si esprime la deissi sociale, si nota subito un'oscillazione o, addirittura, una regressione della norma per quanto riguarda la forma di cortesia *Lei*, la terza persona dei verbi e i titoli onorifici.

Per l'analisi dei dati emersi ci si è avvalsi dell'approccio qualitativo che permette di studiare nel dettaglio un numero relativamente limitato dei casi di produzione linguistica spontanea, senza ricorso ai parametri statistici, con lo scopo di identificare le modalità tipiche per la deissi sociale nella comunicazione su Facebook³ nonché le tendenze nel mutamento delle regole di cortesia.

Dall'analisi svolta risulta una certa fluttuazione della norma e una gradazione di forme usate a seconda dei parametri sociolinguistici quali, sicuramente, il livello di istruzione e di educazione del parlante, ma anche il prestigio attribuito al ruolo del destinatario. In questo contesto si nota soprattutto l'oscillazione tra *Lei* e *tu* che di-

³ Va comunque sottolineato che la comunicazione esaminata in questa sede, ovvero i post pubblicati sui profili dei personaggi pubblici, non è del tutto tipica, visto che essi sono raramente gestiti dai politici, scrittori, ecc. stessi, perciò di solito mancano le loro risposte e reazioni spontanee. Di conseguenza, nella maggior parte dei casi non si tratta di una comunicazione diretta e interattiva, il che può causare maggiore disinvoltura nei confronti delle regole di cortesia. Tuttavia, il *social network* in discussione permette ai propri utenti di rivolgersi in maniera abbastanza libera ai destinatari pubblici con cui altrimenti non sarebbero in grado di entrare in contatto.

scosta sostanzialmente da quanto previsto dalle convenzioni tradizionali della cortesia.

È interessante come, nei confronti del Presidente della Repubblica – una figura di rispetto nel sistema politico italiano nonché un personaggio che si distingue sia per l'età sia per le sue qualità – prevalgano ancora le forme di cortesia visibili nella flessione verbale e nei pronomi personali e possessivi. Osserviamo alcuni esempi:

- (1) In provincia di Messina la disoccupazione ha raggiunto livelli preoccupanti. *Intervenga!*
- (2) Bellissima!!! Presidente *lei* è una grande e speciale persona, le vogliamo bene!!!!
- (3) Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, *ascolti* i cittadini di Lipari.
- (4) Signor presidente, confidiamo in *lei*, in questo momento terribile
- (5) Congratulazioni! Il *Suo* sguardo esterna il *Suo* grande animo! Con affetto!!!!
- (6) Auguri signor presidente, (...) *Le* auguro buon lavoro
- (7) Auguri presidente.....*lei* sembra una brava persona....*si metta* la mano sul cuore e *aiuti* i più deboli (...)
- (8) C'è un indirizzo per scrivere *Le*?
- (9) Presidente *cerchi* di far mettere a posto la testa ai nostri politici.
- (10) Caro Presidente, come mi piacerebbe realizzare un sogno: lavorare per *Lei*.
- (11) *la* prego Presidente *sciolga* le Camere !!!

Va sottolineato il mancato, talvolta, rispetto verso la norma ortografica tradizionale riguardante la maiuscola, lontano chiaramente dallo scritto formale e curato. Il registro informale caratteristico per i mezzi elettronici si evidenzia anche nella forma deittica familiare *tu*, espressa nelle forme verbali e nell'uso del nome di battesimo o del cognome senza alcun titolo:

- (12) Mattarella se ci *sei batti* un colpo.
- (13) *Sergio sei* UNICO
- (14) Mattarella, *dai* voce al popolo, siamo noi la Repubblica e *tu sei* il presidente che la storia vorrà ricordare, ne siamo sicuri.

La tendenza alla familiarità menzionata sopra trova maggiore esemplificazione nei *post* rivolti al Presidente del Consiglio Matteo Renzi o all'autore Roberto Saviano; la forma dominante è *tu*:

- (a Matteo Renzi)
- (15) Bla bla bla.... ma *vai* a cagà
 - (16) *chiudi* le frontiere !!!!!
 - (17) *vacci* con il corpo a bruxelles incapace al servizio dei massoni!
 - (18) MA *VERGONATI!!!! Facevi* più bella figura (e nn ne *fai* tante...credimi) a stare zitto e nn scrivere nulla!!!!
 - (19) Renzi *fatti* un esame di coscienza.... se ce l'*hai* la coscienza...
 - (20) Renzi ... ma che diamine *dici*????!!!! ma ci *prendi* per i fondelli???? ma la *conosci* la realtà del mondo del lavoro...

(a Roberto Saviano)

- (21) Roberto Saviano buonasera, (...). In qualità di Direttore del circolo scacchistico di Napoli (...) mi farebbe enormemente piacere averti ospite nella nostra sede.
- (22) *Ciao Roberto. Oggi ho letto diversi post contro di te che, partendo da questo tuo post, criticavano la tua mancanza di posizione sulla questione palestinese oppure il tuo appoggio al governo israeliano. Tu cosa ne pensi? Hai mai scritto qualcosa sul tema? Grazie*
- (23) *Caro Roberto io sono un tuo estimatore, ti volevo chiedere hai mai pensato di candidarti a Napoli? (...) O forse hai paura che non c'è la faresti neanche tu? Grazie per quello che fai ma potresti fare di più se entrestesti in gioco!*
- (24) *Grazie Roberto.... Come sempre le tue parole hanno la capacità di entrare dritto al cuore.*
- (25) *Grazie, Roberto caro, del pensiero positivo che hai nei nostri confronti.*
- (26) *Caro Roberto, ti seguo da anni oramai.*
- (27) *Caro Roberto, (...) Cos'è che non capisci? Sii per una volta obiettivo, non sputare sentenze su tutti. Se non lo capisci, sei in malafede*

Oltre all'influsso del *medium*, senza dubbio un fattore di maggior rilievo, tra le possibili interpretazioni di questo discostamento dalla norma si potrebbero indicare l'emotività e l'espressività del comunicato, collegate all'atteggiamento chiaramente positivo o negativo verso i destinatari, nonché la loro relativamente giovane età.

Sottolineiamo, tuttavia, che l'uso della forma *Lei* «non è, di per sé, "cortese": si può essere scortesi dando del *Lei* come dando del *tu*» (Scaglia 2003: 118). Apparentemente rispettoso della norma, *Lei* può rafforzare la carica critica o addirittura offensiva del messaggio:

- (28) *senta Saviano, se Lei non capisce che cos'è la Russia, allora continui a scrivere le sue favole !!! Lei non sa niente della Russia!!! NIENTE!!!*
- (29) *Caro Renzi, la chiamo così e non premier, perché lei attualmente insieme hai[sic] tuoi amici da tavolo europeo non siete nulla, non si offenda, ma è una solida realtà. Io, sinceramente Nn è che ne capisca tanto, e credo anche lei, perché se lei e i suoi amici da tavolo capivate ed eravate più cazzuti forse tutto sta strage (e dico forse) Nn si vedrebbe in TV!*
- (30) *Renzi lei è vergognoso.*
- (31) *La ringrazio, mi sta portando via i sacrifici di una vita. Complimenti. (uso ironico)*
- (32) *Lo sa che le bombe che uccidono bambini sono made in italy? Ma lei (gli do del lei solo perché da l'impressione di essere una checca) si rende conto?*

La deissi sociale codifica le relazioni tra i partecipanti all'atto comunicativo anche tramite i titoli onorifici relativi ai ruoli svolti nella vita pubblica e le formule di saluto adeguate. Nell'uso rispettoso della tradizione e delle regole di cortesia è obbligatorio rivolgersi all'interlocutore con il titolo che possiede, accompagnato di solito dall'appellativo *Signore / Signora*. Nel corpus analizzato, però, la deissi sociale è determinata non tanto dal rapporto tra gli interlocutori, ma piuttosto da fattori di carattere emotivo, che influenzano la scelta degli allocutivi.

Solo nel caso del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella si attestano delle formule più o meno conformi allo status del destinatario, pur non sempre rigorosamente corrette.

Si notano numerose occorrenze dell'appellativo (33) *Presidente*, (34) *Signor Presidente*, anche nella forma abbreviata (35) *Sig. Presidente*. Sono rare, invece, le forme caratteristiche per lo scritto curato: (36) *Egregio Presidente*.

Motivate da un forte carico emotivo, si riscontrano forme meno formali, come: (37) *Caro Presidente*, (38) *Carissimo Presidente*, non mancano, però, scelte decisamente informali o addirittura scortesie: (39) *Mattarella*, (40) *signor Mattarella*.

Bensì il contatto tramite Facebook non segua la stessa prassi come un incontro faccia a faccia, si riscontrano nel corpus alcune formule di saluto e di commiato, che evidentemente si riferiscono a un contatto personale, alla comunicazione orale. Si crede che il loro uso sia un altro segno della trasformazione delle regole tradizionali di cortesia che diventano più labili:

- (41) buona serata presidente sergio mattarella
- (42) Buon giorno presidente
- (43) buona mattinata sign presidente
- (44) Salve signor Mattarella
- (45) Salve presidente.

Si vorrebbe mettere in rilievo non solo l'oralità di queste scelte linguistiche (che trascura completamente la grafia), ma innanzitutto un chiaro abbassamento del registro: *salve* continua a essere considerato informale da molti linguisti e non un saluto neutro.

Bisogna sottolineare che per quanto riguarda il Presidente del Consiglio Matteo Renzi e lo scrittore Roberto Saviano sono quasi assenti i titoli onorifici o anche il generale *signor*. Prevale l'uso del nome, del nome più cognome o del cognome stesso:

- (46) Renzi
- (47) Caro Renzi
- (48) Matteo
- (49) Caro Matteo
- (50) Ehi Matteo Renzi
- (51) Mi scusi Signor Matteo Renzi
- (52) Presidente
- (53) Caro Presidente
- (54) Roberto
- (55) Caro Roberto
- (56) Caro Saviano
- (57) Roberto Saviano buonasera
- (58) Roberto Saviano buon giorno!
- (59) Robertino
- (60) Ciao Roberto
- (61) Robbè a nuje nun ce servono i consigli tuoi.

Le forme elencate celano completamente gli aspetti sociali, il rapporto tra il mittente e il destinatario; in particolare le forme diminutive o dialettali oltrepassano ciò che è accettabile nella comunicazione formale standard.

Come si è già accennato prima, i ruoli reciproci vengono codificati nella comunicazione anche al livello non verbale, attraverso la postura del corpo e i gesti. In situazioni formali il contatto fisico o l'espressione dell'affetto sono piuttosto limitati oppure è la persona di status superiore a iniziare questo tipo di comportamento. Ovviamente, nel contesto della comunicazione mediata dal computer, l'aspetto non verbale nel senso del contatto fisico non esiste, ma si registrano delle forme che cercano di sostituirlo. Si intende qui soprattutto formule di saluto o espressioni di affetto che imitano certi comportamenti (baci, abbracci, ecc) e che, dal punto di vista deittico, rientrano nella categoria che connota rapporti familiari, più intimi. Osserviamo alcuni esempi che rappresentano in forma verbale o ideografica questo atteggiamento riservato ai contesti informali:

- (62) un abbraccio
- (63) un abbraccio come sempre
- (64) ♥ il mio Presidente
- (65) Auguri Presidente.....mio♥!!!!!!

Infine, il materiale raccolto sembra confermare peraltro che il sistema bipartito *Lei / tu* si è ormai affermato nell'italiano contemporaneo e *Voi* come soluzione non marcata, di cortesia è passato in disuso. La forma *Voi* usata come pronomi di rispetto è relativamente rara e se ne sono riscontrate solo alcune occorrenze, evidentemente marcate in diatopia e diastratia:

- (66) GRAZIE PRESIDENTE PER IL *VOSTRO* OMAGGIO A UN GRANDE SCRITTORE E UOMO .
- (67) Signor Presidente, vorrei chiedervi di interessarvi alla ricostruzione di Pienze, barisciano l'Aquila.

5. Conclusioni

Con questo contributo si è provato ad affrontare la questione della deissi sociale e le sue manifestazioni su Facebook, partendo dal presupposto che le regole tradizionali d'uso di queste forme divergono da quanto si nota nella comunicazione mediata dal computer e nei social media in particolare. Infatti, i risultati di questa ricerca sembrano confermare che il nuovo tipo di contatto possa modificare i comportamenti comunicativi: su Facebook i rapporti tra gli interlocutori vengono costruiti e codificati tramite la lingua in modo diverso da quanto succede nel mondo reale. Si può constatare che i tratti caratteristici del canale di comunicazione ridefiniscono i rapporti tra interlocutori, legittimano usi linguistici molto espressivi, colloquiali, talvolta aggressivi e sgarbati, facendo nascere così nuove strategie della cortesia, meno rigorosa, meno formale.

Promuovendo, per la propria natura, la democraticità e l'informalità dei contatti, il medium come Facebook può portare a un livellamento delle differenze sociali anche nella comunicazione (Gheno 2003: 32) e i rapporti più liberi e disinibiti possono avere il proprio riflesso anche nelle norme linguistiche.

Inoltre, non è da sottovalutare il fattore della velocità della comunicazione: la «ricerca dell'immediatezza espressiva da parte degli utenti» (Fiorentino 2013: 14)

combinata con la mancanza dell'incontro faccia a faccia, elimina certe pressioni sociali, anche quelle riguardanti le regole di cortesia. Come sostiene Pistolesi (2004: 36): «fra sconosciuti si può raggiungere un grado di intimità impensabile nella vita reale». Questo fatto di accorciare le distanze si rispecchia, come si è visto, negli esponenti della deissi sociale nei contatti di natura (teoricamente) formale e, alla fine, può contribuire a consolidare un nuovo modello di comportamento verbale caratterizzato dalla semplificazione della lingua.

Va ricordato, però, che i *social network* sono ancora un'innovazione tecnologica (Fabiano / Gorgoni 2017) ed è estremamente difficile prevedere il loro reale impatto sulla lingua in una prospettiva prolungata; a tale scopo occorrerebbe una ricerca molto più estesa. In quanto innovazione relativamente recente, per i *social network* non si sono ancora elaborati e stabiliti modelli di riferimento per una comunicazione digitale educata, mancano manuali, galatei che possano promuovere soluzioni comunemente considerate cortesi.

Dopotutto è sempre l'utente della lingua e dei nuovi mezzi di comunicazione che sceglie determinate forme linguistiche dal repertorio che ha a disposizione e decide di codificare i rapporti con gli altri e con la società come tale in un dato modo. Sicuramente, non si può semplicemente incolpare il medium, se queste decisioni non sono del tutto consone alle tradizionalmente concepite regole di comunicazione cortese. Bisognerebbe piuttosto puntare sullo sviluppo delle capacità e della sensibilità linguistiche degli utenti, partendo dal percorso scolastico e presentando buone pratiche in questa area (Gheno 2010).

Infine, si vuole sottolineare che la propensione verso l'informalità e gli usi meno curati della lingua non è circoscritta alla comunicazione digitale, si verifica anche in altre varietà (come, per esempio, il discorso politico) e può essere vista come segno dei tempi. Il linguaggio adoperato nei *social network* è, comunque, particolare in quanto opera come lente di ingrandimento, come afferma Vera Gheno (2012: 365):

Da tempo appare evidente che Internet, a livello linguistico, si configura come una specie di catalizzatore di tendenze in atto fuori dalla rete: ad esempio, non è un caso che la base su cui si innestano i vari fenomeni della Cmc [Comunicazione mediata dal computer] sia il neostandard, e che in essa si riconoscano molti tratti tipici del linguaggio giovanile allargati, nell'uso, anche a chi giovane non è più.

Come si è cercato di evidenziare, le forme linguistiche tramite le quali si manifesta la deissi sociale su Facebook non sono del tutto compatibili con quelle prescritte dalle norme di cortesia, esemplificano un impiego poco sorvegliato, espressivo, a volte imbarbarito o appiattito. I *social network*, tuttavia, godono di grande successo oggi, sono, quindi, degni di considerazione da parte di un linguista sensibile ai cambiamenti che la lingua sta subendo in questo momento.

Riferimenti bibliografici

- Crystal, David (2001): *Language and the Internet*, Cambridge, Cambridge University Press.
Belardinelli, Paolo (2007): «Sui pronomi di cortesia», *La Crusca per voi* 35, pp. 13-14, <<http://www.accademiadellacrusca.it/en/italian-language/language-consulting/questions-answers/pronomi-cortesia>>.

- Brown, Roger / Gilman, Albert (1960): «The pronouns of power and solidarity», in T. A. Sebeok (ed.), *Style in Language*, Cambridge, MIT Press, pp. 253-276.
- Buccioni, Ilaria / Palma, Anna Maria / Venturi, Isabella (2012): *Mediare le conflittualità: riflessioni e strategie operative per sviluppare competenze comunicative e relazionali nella trasformazione dei conflitti*, Milano, FrancoAngeli.
- Fabiano, Pierangelo / Gorgoni, Sofia (2017): *Disintermediazione e nuovi media: Come cambia la comunicazione*, Roma, Armando.
- Fiorentino, Giuliana (2013): «L'italiano delle piazze virtuali», in M. Carmello / A. Cacchione / M. L. Iasci (a c. di), *Unità e molteplicità in Italia, fra lingua e cultura 1861-2011*, Alessandria, Edizioni dell'Orso, pp. 7-31.
- Gheno, Vera (2003): «Prime osservazioni sulla grammatica dei gruppi di discussione telematici di lingua italiana», *Studi di Grammatica Italiana* 22, pp. 267-308.
- Gheno, Vera (2012): «L'Italia da bastione dell'indifferenza digitale a paese socialnetworkizzato», in M. Gargiulo (a c. di), *L'Italia e i mass media*, Roma, Aracne, pp. 361-370.
- Gheno, Vera (2010): «Facebook e oltre: scrivi come se ti stesse leggendo tua madre», <http://www.treccani.it/lingua_italiana/speciali/lingua_spedita/Gheno_facebook.html>.
- Giovanardi, Claudio (2010): *L'italiano da scrivere: strutture, risposte, proposte*, Napoli, Li-guori.
- Grzenia, Jan (2007): *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa, PWN.
- Herring, Susan C. (2001): «Computer-mediated discourse», in D. Schiffrin / D. Tannen / H. Hamilton (eds.), *The Handbook of Discourse Analysis*, Oxford, Blackwell Publishers, pp. 612-634.
- Juza, Marta (2012): *Kultura Internetu w Polsce: od akademickich początków do upowszechnienia zjawiska*, Kraków, Wydawnictwo Antykwa.
- Levinson, Stephen (1993): *Pragmatica*, Bologna, il Mulino.
- Molinelli, Piera (2002): «“Lei non sa chi sono io!”: potere, solidarietà, rispetto e distanza nella comunicazione», *Linguistica e filologia* 14, pp. 283-302.
- Pistolessi, Elena (2004): *Il parlar spedito. L'italiano di chat, email e SMS*, Padova, Esedra.
- Prada, Massimo (2003): «Lingua e web», in I. Bonomi / A. Masini / S. Morgana (a c. di), *La lingua italiana e i mass media*, Roma, Carocci, pp. 249-289.
- Scaglia, Claudia (2003): «Deissi e cortesia in italiano», *Linguistica e filologia* 16, pp. 109-145.
- Siewierska, Anna (2004): *Person*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Sifianou, Maria (1999): *Politeness Phenomena in England and Greece: A Cross-cultural Perspective*, Oxford, Oxford University Press.
- Sosnowski, Roman (2010): *Deissi spaziale nei testi teatrali italiani del XVI secolo*, Kraków, WUJ.
- Tavosanis, Mirko (2011): *L'italiano del web*, Roma, Carocci.
- Uspenskij, Boris (2008): «Deissi e comunicazione. La realtà virtuale del linguaggio», in A. Keidan / L. Alfieri (a c. di), *Deissi, riferimento, metafora. Questioni classiche di linguistica e filosofia del linguaggio*, Firenze, Firenze University Press, pp. 107-164.
- Wallace, Patricia (2004): *Psychologia Internetu*, Poznań, Rebis.